

**HI-MEDIA**

**Société Anonyme au capital de 4 426 999,50  
Euros**

**Siège social : 15-17 rue Vivienne – 75002 Paris  
418 093 761 RCS PARIS**

**RAPPORT DU PRESIDENT RENDANT COMPTE  
DES CONDITIONS DE PREPARATION ET  
D'ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL  
D'ADMINISTRATION  
AINSI QUE DES PROCEDURES DE CONTROLE  
INTERNE  
MISES EN PLACE PAR LA SOCIETE ET DES  
LIMITATIONS QUE LE CONSEIL  
D'ADMINISTRATION APPORTE AUX POUVOIRS  
DU DIRECTEUR GENERAL  
A L'ASSEMBLEE GENERALE ORDINAIRE DE HI-  
MEDIA  
DU 04 MAI 2010**

Mesdames, Messieurs les Actionnaires,

Conformément aux dispositions des articles L 225-37 du code de commerce, j'ai l'honneur de vous rendre compte des conditions de préparation et d'organisation des travaux de votre conseil d'administration ainsi que des procédures de contrôle interne mises en place par la Société et des limitations que votre conseil d'administration apporte aux pouvoirs du Directeur Général.

En date du 19 décembre 2008, le Conseil d'administration a pris connaissance des recommandations Afep-Medef du 6 octobre 2008 sur la rémunération des dirigeants mandataires sociaux des sociétés cotées et a demandé à la Société de diffuser un communiqué de presse indiquant que celle-ci se réfère au Code de Gouvernement d'entreprise AFEP-MEDEF pour l'élaboration du présent rapport. Le communiqué de presse a été diffusé le 23 décembre 2008.

**1. CONDITIONS DE PREPARATION ET  
D'ORGANISATION DES TRAVAUX DU CONSEIL  
D'ADMINISTRATION**

**HI-MEDIA**

**A corporation with a capital of 4 426 999.50  
Euros**

**Registered office: 15-17 rue Vivienne – 75002  
Paris**

**PARIS TRADE AND COMPANIES REGISTER  
NUMBER 418 093 761**

**PRESIDENT'S REPORT CONCERNING THE  
CONDITIONS REGARDING PREPARATION AND  
ORGANISATION OF THE BOARD OF DIRECTORS'  
WORK AS WELL AS THE INTERNAL CONTROL  
PROCEDURES IMPLEMENTED BY THE COMPANY  
AND THE LIMITATIONS PLACED BY THE BOARD  
OF DIRECTORS ON THE MANAGING DIRECTOR'S  
POWERS, SUBMITTED TO THE HI-MEDIA  
ORDINARY SHAREHOLDERS' MEETING HELD ON  
04 MAY 2010**

To the shareholders:

Pursuant to the provisions of article L 225-37 of the Code of Commerce, I have the honour of reporting to you on the conditions regarding preparation and organisation of the work done by your board of directors as well as the internal control procedures implemented by the Company and the limitations that your Board of Directors is placing on the Managing Director's powers.

On 19 December 2008, the board of directors familiarised itself with the Afep-Medef recommendations dated 6 October 2008 concerning the compensation paid to the senior managers acting as authorised agents of listed companies, and it requested the Company to issue a press release indicating that the Company was referring to the AFEP-MEDEF corporate governance code for development of the present report. The press release was distributed on 23 December 2008.

**1. CONDITIONS REGARDING PREPARATION AND  
ORGANISATION OF THE BOARD OF DIRECTORS'  
WORK**

Composition du conseil

La Société est administrée par un conseil de trois membres au moins et de dix-huit au plus. Les administrateurs sont nommés par l'assemblée générale ordinaire qui peut les révoquer à tout moment.

Le Conseil d'administration se compose ainsi qu'il suit :

Composition of the board

The Company is administered by a board consisting of at least three members and of eighteen members at the most. The directors are appointed by an ordinary shareholders' meeting, and such a meeting may remove them at any time.

The board of directors consists of the following:

Nom et prénom ou dénomination sociale du membre	Date de première nomination	Date d'échéance du mandat	Fonction principale exercée dans la société	Fonction principale exercée en dehors de la société	Adresse professionnelle	Autres mandats et fonctions exercées dans toute société du Groupe	Mandats exercés en dehors du Groupe actuellement ou durant les 5 dernières années	Expertise et expérience en matière de gestion
Cyril Zimmermann	21/12/98	AG statuant sur les comptes de l'exercice social clos le 31/12/09	Directeur Général	-	15/17 rue Vivienne Paris 2 <sup>ème</sup>	Administrateur de - Hi-media Publicidad y Marketing ; - Hi-media Advertising Web - Hi-media Portugal ; - Hi-media Scandinavia ; - et membre du CS de Hi-media Deutschland AG ; - Hi-media Network Internet Espana SL - AdLink Internet Media SRL (Italie) ; - Hi-media Ltd ; - Hi-media Nederland BV - Net : dialogs GmbH Gérant de : - Hi-Pi ; - Bonne Nouvelle Editions ; - Hi-media Belgium ; - Allopass - Directeur de Groupe Hi-media USA Inc.	Durant les 5 dernières années : Gérant de Laroquette Musique & Media Actuellement : Gérant de la société Les Créations du 8, de la SPRL Cyril Zimmermann, membre du CS de Rue89 membre du conseil d'administration de Believe SA	Cyril Zimmermann est PDG de la société Hi-Media depuis sa création. Il est diplômé de l'ESC Paris et de l'IEP de Paris.
David Bernard	21/04/00	AG statuant sur les comptes de l'exercice social clos le 31/12/11	Directeur Général Délégué	-	15/17 rue Vivienne Paris 2 <sup>ème</sup>	Administrateur de : - Hi-media Local AB ; - Hi-media Network Internet Espana SL ; - AdLink Internet Media SRL (Italie) - directeur de Groupe Hi-media USA Inc ; - Hi-media Ltd ; - Hi-media Nederland BV ; - membre du CS de Hi-media Deutschland AG.	Durant les 5 dernières années : - membre du Directoire de la cie Intern. André Trigano - gérant de « les Campéoles », « Lac et Rivières », « Campasun Servon » - représentant permanent de « Campéoles » au CA de Arepos-Vacances	David Bernard a exercé les fonctions suivantes : - DG Adjoint – Groupe André Trigano (mars 03 – sept 05) - DGD de Hi-Media (fév 00 – fév 03) - Directeur de l'audit interne El (sept 97 – fév 00) - auditeur Mazars (94- sept 97). Diplômé de l'EDHEC et DECF.
Michael Kleindl	30/01/09	AG statuant sur les comptes de l'exercice social clos le 31/12/08	-	-	Valkiria Network SL Camino Tomillaron 194 28 230 Las Rozas Espagne	-	Président de - l'EIAA - Wunderloop - Buy VIP Administrateur de - Ormigo GmbH - United Mailsolutions AG - Cityguide AG	Cofondateur de ADlink Media AG
IDI représentée par Marco De Alfaro	01/07/08	AG statuant sur les comptes de l'exercice social clos le 31/12/11	-	Marco De Alfaro est Directeur Associé de la société IDI	18 avenue Matignon Paris 8 <sup>ème</sup>	-	<u>Mandats IDI :</u> -IDI Asset Management SA -SORGEM Holding SA -ACTEON SA -LILAS SA -Société des éditions de presse Affiches Parisiennes -Claude et Goy SA -Rivoli Participation <u>Mandats Marco De Alfaro :</u> -SORGEM Holding -ACTEON SA -World Freight Company	Titulaire d'un MBA de l'Insead, Marco De Alfaro a intégré le Groupe IDI fin 2004. Il a commencé sa carrière au sein de la holding du groupe FIAT avant de rejoindre le BCG en tant que consultant pendant 4 ans. Il a ensuite fait de l'investissement LBO pendant 9 ans au sein de TCR et, enfin, des investissements dans le secteur de la technologie pendant 4 ans chez NATEXIS PRIVATE EQUITY
Jocelyn Robiot	02/11/05	AG statuant sur	-	Directeur du	Adidas International	-	Actuellement :	Actuellement Directeur du

		les comptes de l'exercice clos le 31/12/10		sponsoring d'Adidas	Marketing – De Prinsenhof – Koningin Wilhelminaplein 30 P.O. Box 69001 – 1060 CA Amsterdam – Hollande		Administrateur de Euprosoft.	sponsoring d'Adidas et ancien business developer de Havas Sports
Jean-Charles Simon	02/11/05	AG statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/10	-	-	-	-	<p>Jusqu'en janvier 2010 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membre du Conseil d'administration du Pôle Emploi</li> <li>- administrateur et trésorier du Medef international</li> <li>- liquidateur, représentant du Medef et des associations Astas, Apic, Apic Formation et Stac.</li> </ul> <p>Jusqu'en mars 2010 :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Administrateur de la SA ETP (Editions et Services Techniques Professionnels)</li> </ul>	Anciennement Directeur Général Délégué du MEDEF et Directeur de l'AFEP et conseiller de Denis Kessler à la FFSA.
BV Capital représentée par Jan Buettner	22/11/07	AG statuant sur les comptes de l'exercice clos le 31/12/12	-	Managing Director BV Capital	BV Capital Management LLC, société de droit américain, sise au 600 Montgomery Street, 43 rd floor, San Francisco, CA 94111	-	<p>BV est Administrateur de :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Angie's List</li> <li>- Sonim Technologies Inc</li> <li>- Vuze.com</li> <li>- YuMe Networks Inc</li> <li>- AppFolio Inc</li> <li>- Experteer GmbH</li> <li>- K2 Network Inc</li> <li>- MoreTV Broadcasting GmbH</li> <li>- MrTed Ltd</li> <li>- Peanutlabs</li> <li>- Pronto Networks, Inc</li> <li>- Sonos Inc</li> <li>- ACE Dragon Enterprises Ltd (WinZone Information Technology Co. Ltd)</li> </ul>	Actuellement Managing Director de BV Capital Management LLC

#### Rôle du Conseil d'administration

Le conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

#### Tenue des réunions du Conseil

Le conseil d'administration se réunit quand l'intérêt de la Société l'exige. Il est convoqué par le président.

Il est tenu un registre de présence ; un procès-verbal est établi après chaque réunion.

Le conseil ne délibère valablement que si la moitié au moins de ses membres sont présents.

Les décisions sont prises à la majorité des membres présents ou représentés. En cas de partage, la voix du Président de séance est prépondérante.

Le conseil d'administration procède aux contrôles et vérifications qu'il juge opportuns. Chaque administrateur reçoit toutes les informations nécessaires à l'accomplissement de sa mission et peut se faire communiquer tous les documents qu'il estime utiles.

Au cours de l'exercice 2009, le Conseil d'administration s'est réuni douze fois. En moyenne sur l'exercice le taux de présence a été de 83%.

#### Règlement intérieur du Conseil d'administration

La Société a établi un règlement intérieur organisant le fonctionnement du conseil d'administration. Ce règlement intérieur du Conseil d'administration a été adopté par ce dernier lors de sa séance du 9 novembre 2005.

#### Comité des rémunérations

Le Comité des rémunérations a été mis en place en date du 23 février 2006. Il est aujourd'hui composé de trois membres : Jean-Charles Simon, Jocelyn Robiot et Marco de Alfaro (IDI).

#### Comité d'audit

Le conseil d'administration en date du 13 mars 2009 a pris la décision de se réunir en tant que Comité d'audit au moins deux fois par an. La première réunion du Comité d'Audit a eu lieu le

#### Board of Directors' role

The board of directors determines the guidelines governing the Company's activity and sees to their implementation. Subject to the powers explicitly assigned to the shareholders' meetings and within the limits of the business purpose, it considers any question affecting proper operation of the Company, and by its decisions it settles the matters concerning it.

#### Holding Board meetings

The board of directors meets when necessary in the Company's interest. The said meetings are called by the Chairman.

An attendance sheet is kept, and minutes are established after each meeting.

The board may make valid decisions only if at least half of its members are present.

The decisions are made by a majority of the members present or represented. In case of a tie vote, the meeting Chairman holds a casting vote.

The board of directors makes whatever checks and verifications it considers appropriate. Each director receives all information required for performance of his assignment, and may obtain any documents he considers useful.

The board of directors met twelve times during financial year 2009.

On average on the financial year, the presence rate was 83%.

#### Board of directors' internal rules and regulations

The Company has established internal rules and regulations organising the operation of the board of directors. Those Board internal rules and regulations were adopted by that body at its meeting held on 9 November 2005.

#### Compensation committee

The compensation Committee was installed on 23 February 2006. It is composed today of three members: Jean-Charles Simon, Jocelyn Robiot and Marco de Alfaro (IDI).

#### Audit Committee

The Board of Directors as of March 13, 2009 decided to meet as an Audit Committee at least twice a year. The first meeting of the Audit Committee was held on January 25, 2010.

25 janvier 2010.

## **2. LIMITATIONS APORTEES AUX POUVOIRS DU DIRECTEUR GENERAL**

Le Directeur Général qui est également Président du conseil d'administration, agit dans le cadre d'un budget annuel arrêté en conseil d'administration. Le conseil se réunit régulièrement au cours de l'année pour vérifier que l'exécution du budget se déroule conformément aux prévisions et si besoin questionne le Directeur Général sur les écarts constatés et lui fait les recommandations nécessaires afin d'adapter le budget à la situation.

Le Directeur Général informe le conseil avant toute création de filiale, prise de participation, ou cession.

## **3. PARTICIPATION AUX ASSEMBLEES**

Les règles de participation aux assemblées de la Société sont précisées à l'article 28 des statuts. Il existe notamment un droit de vote double pour chaque action entièrement libérée pour laquelle il sera justifié d'une inscription nominative depuis plus de deux ans au moins au nom du même actionnaire.

## **4. ELEMENTS SUSCEPTIBLES D'AVOIR UNE INCIDENCE EN CAS D'OFFRE PUBLIQUE**

L'assemblée générale du 30 avril 2009 a délégué au conseil d'administration la compétence d'émettre des bons de souscription d'actions en période d'offre publique pour un montant nominal maximal de 600.000 euros. Cette délégation a été donnée pour une durée de 26 mois, soit jusqu'au 30 juin 2011. Il sera demandé à l'assemblée de renouveler cette autorisation.

## **5. PROCEDURES DE CONTROLE INTERNE MISES EN PLACE PAR LA SOCIETE**

### **1. Objectifs de la société en matière de procédures de contrôle interne**

Les procédures de contrôle interne en vigueur dans la société ont pour objet :

- d'une part, de veiller à ce que les actes

## **2. LIMITATIONS ON THE MANAGING DIRECTOR'S POWERS**

The Managing Director, who is also Chairman of the board of directors, acts within the framework of an annual budget determined by the board of directors. The board meets regularly during the year to make sure that the budget is being implemented in accordance with forecasts, and if need be, it questions the Managing Director about departures noted from the budget, and makes the necessary recommendations to him so as to adapt the budget to the situation.

The Managing Director informs the board before any creation of a subsidiary, acquisition of a holding, or disposal.

## **3. PARTICIPATION IN MEETINGS**

The rules regarding participation in the Company's meetings are set forth in article 28 of the articles of incorporation. In particular, there is a double voting right for each share that is paid up in full for which proof is provided that it has been a registered share for more than two years as a minimum, in the name of one and the same shareholder.

## **4. ELEMENTS THAT MAY HAVE AN EFFECT IN CASE OF A PUBLIC OFFER**

The shareholders' meeting held on 30 April 2009 delegated power to the board of directors for issuing equity warrants during a period of a public offer for a maximum nominal amount of 600,000 Euros. That delegation was granted for a duration of 26 months, namely until 30 June 2011. The meeting will be asked to renew that authorisation.

## **5. INTERNAL CONTROL PROCEDURES ESTABLISHED BY THE COMPANY**

### **1. Company objectives with respect to internal control procedures**

The internal control procedures in effect in the company have the following objects:

- on one hand, see to it that the

<p>de gestion ainsi que les comportements des salariés s'inscrivent dans le cadre des orientations données aux activités de la société par les organes sociaux, par les lois et règlements applicables et par les règles internes à la société ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- d'autre part, de vérifier que les informations comptables et financières communiquées aux organes sociaux, aux actionnaires de la société et au public reflètent avec sincérité l'activité et la situation de la société.</li> </ul> <p><b>2. Description des procédures de contrôle mises en place</b></p> <p>a) Procédures de contrôle interne en matière financière et comptable</p> <p><b><u>Chiffre d'affaires</u></b></p> <p><b>Dans l'activité de publicité</b>, pour que le chiffre d'affaires soit constaté, il faut qu'à une proposition fasse suite un bon de commande signé par le client et enregistré dans l'outil d'administration des ventes Mediareporting. Le chiffre d'affaires est constaté en temps réel au travers de Mediareporting qui sert également à la rédaction des propositions commerciales et des bons de commande. L'équipe commerciale ne peut donc pas émettre de proposition ou de bon de commande sans qu'il en reste une trace dans cette interface.</p> <p>Une fois celui-ci enregistré, les "trafic-managers" programment la campagne de publicité ou de marketing direct sur l'outil de distribution des objets publicitaires. Cet outil de distribution dialogue avec l'outil d'administration des ventes et lui indique en temps réel à quel stade en est la livraison de la campagne.</p> <p>Le service financier s'assure que le chiffre d'affaires comptabilisé correspond bien à la diffusion réelle des campagnes.</p> <p>Il n'existe pas actuellement d'interface automatique entre Mediareporting et la comptabilité.</p> <p><b>Dans l'activité de micro paiement</b>, la société a développé une interface de suivi du nombre de</p>	<p>management acts as well as the employees' behaviour comply with the guidelines laid down for the company's activities by the corporate organs, by the applicable laws, rules and regulations, and by the company's internal rules;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- on the other hand, make sure that the accounting and financial information communicated to the corporate organs, to the company's shareholders and to the public constitutes an accurate reflection of the company's business and situation.</li> </ul> <p><b>2. Description of the control procedures instituted</b></p> <p>a) Internal control procedures in the financial and accounting domains</p> <p><b><u>Sales (turnover)</u></b></p> <p><b>In the advertising business</b>, for sales to be recorded it is necessary for a proposal to be followed by an order form signed by the client and recorded in the administration tool of the Mediareporting sales. The sales are recorded in real time by way of Mediareporting, which is also used for drafting commercial proposals and order forms. Hence the sales team cannot issue a proposal or an order form without a trace thereof remaining in the said interface.</p> <p>Once the order form has been recorded, the traffic managers program the advertising or direct marketing campaign on the tool for distribution of advertising objects. That distribution tool dialogues with the sales administration tool and indicates to it, in real time, the current status of delivery of the campaign.</p> <p>The financial department makes sure that the posted sales do indeed correspond to actual distribution of the campaigns.</p> <p>There currently does not exist an automatic interface between Mediareporting and accountancy.</p> <p><b>In the micropayment activity</b>, the company has developed an interface for keeping track of the</p>
---	--

transactions effectuées par les internautes avec des indications détaillées sur le montant de chaque transaction et le type de moyen de paiement utilisé afin de pouvoir en temps réel calculer le chiffre d'affaires. Cet outil ne fournit toutefois qu'une estimation pour Hi-Media. Les chiffres définitifs qui font foi pour toutes les parties sont ceux qui sont transmis par les opérateurs de téléphonie ou prestataires de paiement (rapport des opérateurs de télécommunications sur les appels audiotels, rapport des opérateurs de téléphonie mobile ou leurs intermédiaires sur les SMS+).

A réception des relevés de trafic adressés par les opérateurs, des rapprochements sont effectués entre ces données et celles issues de l'interface de la société. Ce même outil permet de connaître les sites partenaires sur lesquels ont été utilisés les codes vendus aux internautes, et ainsi de déterminer le montant des versements à ces sites partenaires.

**Dans l'activité Publishing,** le chiffre d'affaires est généré essentiellement par les activités de services. Le contrôle s'effectue donc en amont dans le cadre des deux activités Publicité et Micro-paiement.

Quels que soient les pôles d'activités concernés, le calcul du chiffre d'affaires au travers des outils d'administration des ventes permet de déterminer automatiquement le niveau de marge pour Hi-Media et donc le niveau de versement à effectuer aux partenaires. En effet, les différents taux de marge déterminés contractuellement avec les partenaires sont renseignés dans ces outils. Le service comptable vérifie ensuite la cohérence des charges comptabilisées en face du chiffre d'affaires et des factures reçues des partenaires pour percevoir leurs versements (déterminé par l'outil d'administration des ventes).

**Contrôle des coûts (hors charges de versement étudiées ci-dessus)**

Chaque engagement de dépense donne lieu à la signature d'un bon de commande de la part de la personne qui en est à l'origine. Pour être validé, ce bon de commande doit être co-signé par le chef de service, et au-delà d'un montant de 7500 euros par le Directeur Général, le

number of transactions carried out by surfers with detailed indications concerning the amount of each transaction and the type of payment means used so as to be able, in real time, to calculate sales. However, that tool provides only an estimate for Hi-media. The definitive figures binding on all parties are the ones supplied by the telephony operators or the payment service providers (report by the telecommunications operators concerning "audiotel" calls, report by mobile telephony operators or their intermediaries concerning SMS+).

When the traffic statements sent by the operators are received, comparisons are made between those data and the ones coming from the company's interface. That same tool makes it possible to determine the partner sites on which the codes sold to the surfers have been used, thus showing the amount of the retransfers to those partner sites.

**In the Publishing activity,** sales are generated mainly by the services activities. Hence the auditing is done upstream in connection with these two activities.

Whatever types of activities may be concerned, calculation of sales by using sales administration tools makes it possible to automatically determine the margin level for Hi-media, and hence the level of retransfers to be made to the partners. The fact is that the various margins determined by contract with the partners are entered in those tools. The accounting department then checks the consistency of the charges entered in the accounting with respect to sales and the invoices received from the partners for receiving their retransfers (determined by the sales administration tool).

**Auditing costs (excluding the retransfer charges considered above)**

Each expenditure commitment gives rise to signature of an order form by the person originating it. To be validated, that order form must be co-signed by the department head, and beyond an amount of 7 500 euros by the CEO, the COO or by the Secretary-General.



Directeur Général Délégué ou par le Secrétaire Général.

Les commissions des équipes commerciales sont calculées sur le chiffre d'affaires du mois M-1. Le service financier établit le calcul de ces commissions et vérifie que les critères de versement des primes sont bien réunis.

Toutes les notes de frais sont contrôlées par le service financier et validées par la Direction Générale (DG et/ou DGD) ou les directeurs des pôles (Régie, Micropaiement et Publishing).

#### **Remontée des données des filiales**

Le contrôle de gestion est centralisé à Paris. La constatation du chiffre d'affaires des filiales étrangères intégrées globalement se fait de manière identique d'un pays à l'autre. Par ailleurs, les outils d'administration des ventes ainsi que l'outil de distribution des campagnes publicitaires de Hi-media sont implantés dans tous les pays, à l'exception de la filiale allemande pour l'outil d'administration des ventes et la filiale Hi-media Local AB. Les entités AdLink utilisaient des outils d'administration des ventes différents de ceux de Hi-media et ont progressivement adopté ceux de Hi-media. Cette migration est terminée. Le chiffre d'affaires de chaque pays est consultable en temps réel de façon identique au chiffre d'affaires français par les mêmes interfaces de reporting.

Des données complètes intégrant le chiffre d'affaires, les coûts et une estimation du compte de résultat simplifié, sont remontées mensuellement (environ 20 jours après la fin du mois) de chacune des filiales vers le service contrôle de gestion du groupe à Paris sous la direction du Directeur administratif et financier. Après analyse, ce dernier les transmet à la Direction Générale.

#### **Encaissements-décaissements et gestion de trésorerie**

Un point hebdomadaire est réalisé par les responsables comptables et soumis au directeur

The sales teams' commissions are calculated on the basis of sales for month M-1. The financial department calculates the amounts of those commissions and make sure that the criteria for payment of the bonuses have indeed been satisfied.

All expense accounts are audited by the financial department and are validated by the General Management (CEO and/or COO) or by the sector managers (Advertising network, Micropayments and Publishing).

#### **Forwarding the subsidiaries' data**

The management control is centralised in Paris. Recording the sales of the foreign subsidiaries that are subject to full consolidation is carried out identically from country to country. In addition, the sales administration tools as well as the tool for distribution of Hi-Media advertising campaigns are established in all countries, with the exception of the German subsidiary for the sales administration tool and the Hi-Media Local AB subsidiary. The AdLink entities used different tools than the ones used by Hi-media and progressively adopted Hi-media's tools. This migration is achieved. Each country's sales can be consulted in real time in the same way as French sales by means of the same reporting interfaces.

Complete data including sales, costs and an estimate of the simplified income statement are forwarded monthly (about 20 days after the end of the month) by each subsidiary to the group's management control department in Paris, headed by the Chief Administrative and Financial Officer. After analysis, that Officer forwards them to the General Management.

#### **Receipts - Disbursements and cash management**

A weekly review is made by the accounting manager and is submitted to the chief financial

<p>financier sur les encaissements effectués, ceux en cours, les relances et les mises au contentieux pour retard de paiement. Un point mensuel est fait auprès de la Direction Générale.</p> <p>Les responsables comptables déterminent mensuellement les paiements à effectuer aux fournisseurs et les soumettent au contrôle du directeur administratif et financier.</p> <p>Parallèlement, un rapprochement bancaire est effectué chaque début de semaine par les comptables et soumis au directeur administratif et financier à des fins de contrôle interne et dans un souci d'optimisation de la gestion de trésorerie.</p> <p>Les filiales font remonter au contrôle de gestion central et au directeur administratif et financier des états de trésorerie hebdomadaires.</p> <p>De façon hebdomadaire les responsables comptables présentent au Directeur Administratif et Financier un point sur la trésorerie. Ce point est ensuite transmis à la Direction Générale.</p>	<p>officer concerning the receipts obtained, the ones in progress, reminders and the initiation of legal proceedings for late payment. A monthly review is made with the General Management.</p> <p>The chief accounting officers make a monthly determination of the payments to be made to the suppliers and submits them for checking by the chief financial officer.</p> <p>In parallel fashion, a bank reconciliation is carried out at the beginning of each week by the accountants and is submitted to the chief financial officer for internal control purposes and with an eye on optimising cash management.</p> <p>The subsidiaries send, to central management control, weekly cash reports to the chief financial officer.</p> <p>Every week the financial officer submits a review of the cash position to the chief financial officer. That review is then forwarded to the General Management.</p>
<p><b><u>Transmission d'information au conseil d'administration</u></b></p>	<p><b><u>Supplying the board of directors with information</u></b></p>
<p>Les données complètes concernant les pôles (publicité, micro-paiement et publishing) et une estimation du compte de résultat mensuel de chaque entité du groupe sont transmises, après contrôle du directeur financier et de la Direction Générale, aux membres du conseil d'administration au moins une fois par trimestre.</p> <p>A chaque arrêté semestriel et annuel, les informations financières sont communiquées aux actionnaires. Ces informations financières sont produites par la direction financière et le service juridique sous la responsabilité de la Direction Générale et auditées par les commissaires aux comptes.</p>	<p>The complete data concerning the activity and an estimate of the monthly income statement of each group entity are sent - after a check by the chief financial officer and by the General Management - to the members of the board of directors <u>at least</u> every three months.</p> <p>At the time of each semi-annual and annual closeout, the financial information is communicated to the shareholders. That financial information is produced by the financial department and the legal department on the General Management's responsibility, and is audited by the auditors.</p>
<p>b) Autres Procédures de contrôle</p>	<p>b) Other auditing procedures</p>
<p><b><u>Contrôle des activités françaises</u></b></p> <p>Des réunions bimensuelles avec les directeurs de</p>	<p><b><u>Auditing French activities</u></b></p> <p>Two meetings a month are held with the</p>

chaque pôle (publicité, micro-paiement et publishing) sont tenues afin de faire le point sur l'activité, anticiper ou solutionner des éventuels litiges commerciaux pour éviter qu'ils aient des impacts financiers et faire le point sur le développement commercial et l'engagement des dépenses.

### **Contrôle des filiales**

Le Directeur Général ou le Directeur Général Délégué effectue mensuellement un point téléphonique et trimestriellement une rencontre avec les filiales étrangères afin de faire un point avec les managers locaux sur l'activité et la marche de la filiale concernée.

Les contrats significatifs sont soumis à l'approbation préalable du DG ou du DGD.

## **6. GESTION DES RISQUES**

### **6.1 RISQUES OPERATIONNELS**

#### **6.1.1 Perte de parts de marché – perte de compétitivité**

Hi-media fait face à une concurrence intensive en Europe sur le marché de la publicité en ligne. Ses concurrents ne sont plus seulement d'autres régies indépendantes ou réseaux d'affiliation au modèles économiques et aux profils assez comparables, mais également les principaux portails de chaque marché qui ont développé une offre de régie vis à vis des sites tiers, sans compter les réseaux de liens sponsorisés tels que Google (au travers de son offre Google Ad Sense), Yahoo Search Marketing (ex-Overture), et MSN et les réseaux de commercialisation des invendus.

Sur le micro-paiement, Hi-media est un intermédiaire entre les prestataires de solutions de paiement et les sites proposant de l'achat de contenu ou l'accès à un service payant. La concurrence s'intensifie avec l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché.

Dans ce contexte, pour conserver et améliorer ses positions sur le marché de la publicité en ligne, Hi-Media adapte en permanence son offre commerciale et ses tarifs, et anticipe les

managers of each sector to review the activity, anticipate or settle possible commercial disputes to avoid financial impacts from them, and to review the commercial development and the expenditure commitments.

### **Auditing subsidiaries**

The General Manager or the Assistant Managing Director makes a monthly review by telephone, and every quarter-year meetings with the foreign subsidiaries to review the situation with the local managers and the situation of the said subsidiary.

The significant contracts are submitted to the prior approval of the CEO or COO.

## **6. RISK MANAGEMENT**

### **6.1 Operational risks**

#### **6.1.1.Loss of market share – Loss of competitiveness**

Hi-Media has to cope with intense competition in Europe on the on-line advertising market. Its competitors are not now limited to other independent advertising networks or affiliation networks based on rather comparable economic models and profiles, but they are also the main portals on each market that have developed an advertising network offering vis-à-vis third-party sites, not to mention the networks of sponsored links such as Google (by way of its Google Ad Sense offering), Yahoo Search Marketing (ex-Overture) and MSN and the unsold inventory networks.

When it comes to micropayments, High-Media is an intermediary between the service providers of payment solutions and the sites offering purchases of content or access to a paid service. The competition increases with the arrival of new actors on the market.

Under those circumstances, to maintain and improve its positions on the on-line advertising market, High-Media continuously adopts its commercial offering and its rates, and it

évolutions de ce marché par une veille concurrentielle en France et à l'étranger à travers son réseau de filiales en Europe et aux Etats-Unis.

Sur le micropaiement l'optimisation et la diversification des moyens de paiement ainsi que les adaptations à l'évolution du comportement des internautes permettent de contenir la concurrence des autres acteurs du marché.

#### 6.1.2. Corrélation des marchés de la publicité et du micropaiement au cycle économique

Le marché de la publicité est fortement corrélé aux évolutions du cycle économique.

Le marché du micropaiement, encore récent repose sur les mêmes fondamentaux que le commerce en ligne mais n'est que partiellement lié à l'évolution de la consommation des ménages compte tenu de la modicité du montant des transactions.

Dans ce contexte encore incertain et malgré quelques signes de reprise encourageants, Hi-media continue à suivre de près les impacts de la crise sur ses marchés et pourrait adapter sa structure de coût dans un contexte fortement dégradé. Hi-media se développe également à l'international afin de diminuer l'impact d'une crise qui toucherait une partie de ses marchés d'activités.

#### 6.1.3. Risque d'internalisation des prestations de services par les sites

La possibilité d'internalisation des fonctions de régie publicitaire ou de micro-paiement par des sites générant un trafic substantiel, notamment les grands portails et les principaux sites de thématiques, peut constituer un risque pour Hi-media tant au niveau de l'attrait de son offre vis-à-vis des annonceurs, que pour son pouvoir de négociation vis-à-vis des prestataires de solutions de paiement. Ce risque concerne essentiellement les acteurs de taille très significative et la plupart de ceux pouvant le faire ont déjà opéré cette évolution.

La diversification des activités de Hi-media de la régie publicitaire vers le marketing direct et les

anticipates changes on this market by means of a competition watch in France and abroad through its network of subsidiaries in Europe and in the United States.

With respect to micropayments, the optimisation of payment means as well as the adaptations to surfer's changing behaviour patterns makes it possible to contain the competition offered by the other market players.

#### 6.1.2. Correlation of the advertising and micropayment markets with the economic cycle.

The advertising market is strongly correlated with changes in the economic cycle.

The micropayment market, which is still a recent one, is based on the same fundamentals as on-line commerce, but is only partly linked with changes in household consumption taking into account the minor amounts of the transactions.

Under those uncertain circumstances, Hi-media pays close attention to the impacts of the crisis on its markets, and it would be ready to adapt its cost structure under sharply deteriorated conditions. Hi-media is developing also abroad in order to reduce the impact of a crisis that would not be an international crisis.

#### 6.1.3. Risk of in-house handling of services by the sites

The possibility of in-house handling of advertising network functions or of micropayments by sites generating substantial traffic, particularly the major portals and the main theme sites, can represent a risk for Hi-media both at the level of the attractiveness of its offering vis-à-vis advertisers and to its negotiating power vis-à-vis the providers of payment solutions. That risk mainly concerns players of very significant size, and the majority of the ones able to do so have already made this change.

The diversification of Hi-media's advertising network activities toward direct marketing and

micropaiements ainsi que le fort développement du nombre de sites clients permettent d'atténuer ce risque, de même que la création de sites Internet et les liens capitalistiques existant désormais avec certaines sociétés éditeurs de sites.

Hi-media en développant les synergies entre ses métiers augmente le niveau de compétence que devrait acquérir un site client et limite ainsi ce risque d'internalisation des fonctions de régie et des solutions de micropaiement.

#### 6.1.4. Fluctuation des tarifs

La Société pourrait être affectée par une baisse accrue des tarifs pratiqués par la profession, notamment une baisse du CPM sur son activité de régie ou une baisse des montants reversés par les prestataires de solutions de micropaiement (notamment opérateurs téléphoniques).

Sur l'activité de régie publicitaire, une telle baisse a eu lieu en 2001 et 2002. Les prix se sont ensuite stabilisés puis ont cru avant de chuter à nouveau en 2008 et 2009 avec le ralentissement du marché publicitaire. Le prix d'équilibre sera amené à varier en fonction de la croissance ou du recul du marché publicitaire dans les années à venir. Cette baisse des prix est compensée par la croissance soutenue des espaces publicitaires disponibles (inventaires) sur Internet et par le nombre croissant d'annonceurs qui viennent sur le support Internet.

La pression à la baisse des tarifs de la publicité en ligne devrait également être contrecarrée par l'amélioration des outils de ciblage et d'exposition à la publicité qui vise à augmenter l'efficacité de la publicité en ligne.

Concernant les montants des versements accordés par les opérateurs de solutions de paiement en ligne, les prix ont évolué de façon plutôt favorable, compte tenu de l'augmentation des volumes traités et de la concurrence forte régnant entre les différents opérateurs. Hi-media reste toutefois exposé à un risque éventuel de changement tarifaire décidé par ces opérateurs. Hi-media, de par les volumes traités, dispose toutefois d'une certaine capacité de négociation.

micropayments as well as the strong development of the number of customer sites make it possible to attenuate this risk, and the same applies to the capital links now existing with certain site publishing companies.

By developing the synergies between its trades, Hi-media is increasing the level of competence that the customer site should acquire, thus limiting this risk of in-house handling of the advertising network functions and of the micropayment solutions.

#### 6.1.4 Rate changes

The Company would be affected by a sharper decline of rates charged in the business, and particularly by a decline of the cost per thousand in connection with its advertising network activity or a drop in the amounts retransferred by the providers of micropayment solutions (telephone operators).

With respect to the advertising network activity, such a decline occurred in 2001 and in 2002. The prices were then stable before decreasing again in 2008 and 2009 with the advertising market slowing down. The equilibrium price will vary as a function of the growth or of the decline of the advertising market in the coming years. This price decline is offset by the sustained growth of available advertising spaces (inventories) on the Internet, and thanks to the increasing number of advertisers coming into the Internet medium.

The downward pressure on on-line advertising rates should also be countered by the improvement of the targeting tools and of exposure to advertising aimed at increasing the effectiveness of on-line advertising.

With respect to the amounts of retransfers granted by the operators of on-line payment solutions, the prices have developed in a rather favourable way, in view of the increased volumes handled and of the strong competition existing among the various operators. However, Hi-media is still subject to a possible risk of rate changes decided on by those operators.

En dehors de la variation des prix unitaires des espaces publicitaires et des adresses e-mail ou postales, ou des taux de reversement sur son activité de micropaiement, Hi-media peut être affectée par une intensification de la concurrence qui pourrait tirer vers le bas le taux de commission que prend la société dans ses deux métiers (publicité et micropaiements). La diversification de l'offre, d'une part, et la mise en place de nouveaux produits et services, d'autre part, visent à accroître la différenciation de Hi-media vis-à-vis de ses concurrents et donc à diminuer la pression sur les marges.

Toutefois dans un contexte de forte croissance et d'activités en développement cette pression demeure forte.

#### 6.1.5 Evolution de la réglementation en vigueur

L'activité de la Société étant gouvernée par un certain nombre de lois ou réglementations, toute modification des dispositions légales ou réglementaires qui aurait pour effet d'imposer des obligations supplémentaires à la Société serait susceptible d'affecter ses activités.

A) ENVIRONNEMENT REGLEMENTAIRE AMERICAIN

#### ***Réglementation applicable en matière de droit d'auteur***

Depuis 2007 un accord international sur la lutte anti-contrefaçon et la protection des intérêts commerciaux « Anti-Counterfeiting Trade Agreement » (ACTA) est en discussion entre les Etats-Unis, l'Union Européenne, l'Australie, la Corée du Sud, la Nouvelle Zélande, le Mexique, la Jordanie, le Maroc, Singapour, les Emirats Arabes Unis, le Canada, le Japon et la Suisse.

Cet accord pourrait notamment avoir pour conséquences d'imposer aux éditeurs de « sites à contenus participatifs » de prévoir un dispositif anti-contrefaçon matérialisé par un système d'identification renforcé des contenus contrefaisants, ainsi que par une coopération renforcée avec les autorités au plan international.

Outside the variation of the unit prices of the advertising spaces and of the email or postal addresses or of the retransfer rates in connection with this micropayment activity, Hi-media may be affected by an intensification of competition that might reduce the commission rate received by the company in its two trades (advertising and micropayments). The diversification of offerings, on one hand, and the installation of new products and services on the other are aimed at increasing High-Media's differentiation by comparison with its competitors, and hence at reducing the pressure on margins.

However, that pressure remains strong in a high-growth and activities in development context .

#### 6.1.5 Changes in the rules and regulations in effect

Since the Company's business is governed by a certain number of laws, rules or regulations, any modification of the legal or regulatory provisions that would have the effect of laying additional obligations on the Company could affect its activities.

B) THE AMERICAN REGULATORY ENVIRONMENT

#### ***Rules and regulations applicable to copyrights***

Since 2007 an international agreement concerning the anti-counterfeiting struggle and the protection of commercial interests known as the « Anti-Counterfeiting Trade Agreement » (ACTA) has been under discussion by the United States, the European Union, Australia, South Korea, New Zealand, Mexico, Jordania, Morocco, Singapore, United Arab Emirates, Canada, Japan and Switzerland.

In particular, that agreement could have consequences requiring publishers of "participatory content sites" to provide for an anti-counterfeiting system taking the material form of a strengthened system for identification of counterfeit content, as well as stronger cooperation with the authorities internationally.

Une telle évolution législative impliquerait au niveau du groupe la mise en place des nouveaux dispositifs techniques anti-contrefaçons, ainsi que la création d'un standard normatif international de réponse aux réquisitions des autorités.

**B) Environnement réglementaire européen**

***La protection de la vie privée et la sécurité***

La Directive 2009/136/CE DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 25 novembre 2009 modifiant la directive 2002/22/CE concernant le service universel et les droits des utilisateurs au regard des réseaux et services de communications électroniques, la directive 2002/58/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des communications électroniques et le règlement (CE) no 2006/2004 relatif à la coopération entre les autorités nationales chargées de veiller à l'application de la législation en matière de protection des consommateurs, entraînent une modification de la notion de « donnée personnelle » à travers la définition de « données de localisation » :

*“données de localisation”*: toutes les données traitées dans un réseau de communications électroniques ou par un service de communications électroniques indiquant la position géographique de l'équipement terminal d'un utilisateur d'un service de communications électroniques accessible au public.

Cette définition pose une nouvelle fois la question de la qualification de la nature de l'adresse IP, faisant ainsi peser une incertitude sur l'activité de ciblage comportemental de la société et sur la politique de traitement des données s'y rapportant.

Dans un arrêt en date du 13 janvier 2009, la Cour de Cassation avait amorcé une ébauche de réponse en décidant que la collecte d'une adresse IP aux fins d'identifier l'auteur d'une infraction ne nécessitait pas la déclaration d'un traitement préalable de surveillance automatisé.

Such a legislative development would imply, at group level, installation of the new anti-counterfeiting technical provisions, as well as creation of an international normative standard for responding to the authorities' requests.

**C) European regulatory environment**

***Protection of private life and security***

The European directive 2009/136/CE as of November 25, 2009 modifying the 2002/22/CE directive concerning the universal service and the rights of the users taking into consideration network and electronic services of communications, the directive 2002/58/CE concerning the processing of data in personal matter and protection of the private life in the sector of the electronic communications and payment (EC) No 2006/2004 relating to the co-operation between the national authorities charged to take care of the application of the legislation as regards consumer protection, involves a modification of the concept of “personal data” through the definition of “data of localization”:

*“data of localization”*: all data treated in an electronic communication network or service of electronic communications indicating the geographical position of the final equipment of the service user of electronic communications accessible to the public.

This definition raises once again the question of the qualification of the nature of IP address, thus making weigh an uncertainty about the activity of behaviour targeting of the company and about the policy of processing data being referred to it.

In a decision as of January 13, 2009, the Supreme court of appeal had started an outline of response by deciding that the collection of an IP address for purposes to identify the author of an infringement did not require the declaration of a preliminary treatment of automated

La juridiction Française posait ainsi les bases d'une qualification contextuelle de l'adresse IP en tant que donnée personnelle.

Il convient dès lors d'attendre une nouvelle décision de la plus haute juridiction afin d'avoir la confirmation du contexte nécessaire à la reconnaissance de l'adresse IP en tant que donnée personnelle.

En fonction de cette décision la société pourrait être amenée à refondre et à modifier son activité et sa politique de traitement des données personnelles en matière de ciblage comportemental.

#### ***La protection des mineurs***

En ce qui concerne la protection des mineurs et en parallèle au programme « Safer Internet plus » lancé en 2005 à l'initiative du Parlement européen et du Conseil, le développement des initiatives privées et la création d'associations et de regroupements de prestataires de services sur Internet pourraient conduire à l'élaboration d'un « label de protection », hors cadre légal (à l'image de l'accord européen signé le 10 février 2009 par 17 acteurs de l'internet).

L'adaptation de certaines activités du groupe aux critères de ce label serait alors la conséquence logique de cette création normative.

#### ***Réglementation applicable en matière de paiement***

Le Parlement européen a adopté la directive 2007/64/CE du 13 novembre 2007, "*concernant les services de paiement dans le marché intérieur* [...] ». Cette directive, qui consacre le principe des établissements de paiements, a initié la refonte du système de paiement à l'échelle Européenne.

Le Groupe a entamé des démarches en vue de l'obtention d'un agrément pour ses activités de prestataire de services de paiement.

#### **CHANGEMENTS REGLEMENTAIRES NATIONAUX SUSCEPTIBLES D'IMPACTER L'ACTIVITE**

#### ***Réglementation applicable à la responsabilité***

monitoring. The French jurisdiction thus posed the bases of a contextual qualification of IP address as a personal data.

It is consequently advisable to await a new decision of the highest jurisdiction in order to have the confirmation of the context necessary to the recognition of IP address as a personal data.

According to this decision the company could be brought to redesign and modify its personal data activity and its policy as regards behaviour targeting.

#### ***Protection of minors***

With respect to protection of minors and in parallel to the « Safer Internet plus » programme launched in 2005 at the initiative of the European Parliament and of the Council, the development of the private initiatives and the creation of associations and of groupings of internet services providers could lead to development of a "protective label" outside any legal framework, like the European agreement signed on 10 February 2009 by 17 internet players.

The adaptation of certain group activities to that label's criteria would then be the logical consequence of such normative creation.

#### ***Rules and regulations applicable to payments***

The European Parliament adopted directive 2007/64/CE of 13 November 2007 "*concerning payment services on the internal market* [...]". That directive, which enshrines the principle of payment establishments, initiated the revamp of the payment system at European level.

The Group started steps for obtaining an approval for its activities of service provider of payment.

#### **NATIONAL REGULATORY CHANGES THAT COULD AFFECT THE BUSINESS**

#### ***Regulation applicable to the responsibility of***



**des hébergeurs de contenus**

La première chambre civile de la Cour de cassation a rendu le 14 janvier 2010, une décision de principe qui écarte le bénéfice du régime spécifique de responsabilité des hébergeurs de contenus (permettant sous certaines conditions à l'hébergeur de ne pas voir sa responsabilité engagée au titre des contenus mis en ligne par un Internaute), pour les opérateurs qui exploitent des plateformes d'hébergements et se réservent la gestion et la commercialisation des espaces publicitaires des pages ainsi hébergées (exemple : plateforme de blogs).

Cette décision pourrait présenter, en France, un risque pour les activités publishing du groupe et pour sa stratégie en matière de publicité car elle nécessiterait :

- soit la mise en place au sein des conditions générales d'utilisation des plateformes du groupe de dispositions contractuelles permettant aux utilisateurs de rémunérer le groupe au titre de ses activités d'hébergements à travers la totalité du produit résultant de la commercialisation des espaces publicitaires des pages créés par les utilisateurs.
- soit la mise en place d'un contrôle préalable strict des messages ou des blogs créés par les utilisateurs,
- soit l'arrêt de la commercialisation de la publicité sur ces supports.

Ce risque doit toutefois être nuancé, car la décision de la Cour de cassation a été rendue sur le visa de la loi du 1<sup>er</sup> août 2000 (antérieure à la loi du 21 juin 2004 aujourd'hui applicable en matière de responsabilité des hébergeurs). Il conviendrait donc d'attendre une nouvelle décision de la Cour de cassation sur le fondement de la loi du 21 juin 2004, avant de pouvoir parler d'un risque effectif. En outre, le contexte dans lequel la décision a été rendue semble pouvoir ouvrir la voie à une interprétation restrictive de la portée du texte en fonction de la présentation des pages créés par les utilisateurs comme étant ou non une extension d'un site éditorial de l'hébergeur.

**Réglementation applicable en matière de transactions**

L'évolution du cadre législatif dans le contexte

**content hosting companies**

The first civil room of the Supreme court of appeal rendered on January 14, 2010, a decision which draws aside the benefit of the specific mode of responsibility for the content hosting companies (allowing under certain conditions the hosting company of not seeing its committed responsibility under the contents put on line by a web user), for the operators who exploit hosting platforms and reserve the management and the marketing of advertising spaces of the pages thus hosted (example: platform of blogs).

This decision could present, in France, a risk for the publishing activities of the group and for its strategy as regards advertising because it would require:

- either the installation within the general conditions of use of the platforms of the group of contractual provisions allowing the users to remunerate the group under its hosting activities through the totality of the product resulting from the marketing of advertising spaces of the pages create by the users.
- either the installation of a strict preliminary control of the messages or blogs created by the users,
- either the stop of the advertising marketing on these supports.

This risk must however be moderate, because the decision of the Supreme court of appeal was rendered on the visa of the August 1st, 2000 Law (former to the June 21, 2004 Law now applicable as regards responsibility for the hosting companies). It would thus be advisable to await a new decision of the Supreme court of appeal on the base of the law of June 21, 2004, before being able to speak about an effective risk. Moreover, the context in which the decision was rendered seems to be able to open the way with a restrictive interpretation of the range of the text according to the presentation of the pages create by the users as being or not an extension of a leading site of the hosting company.

**Rules and regulations applicable to transactions**

The changing legislative framework in the context of directive 2007/64/CE dated 13

de la directive 2007/64/CE du 13 novembre 2007, "concernant les services de paiement dans le marché intérieur [...] » tend à impliquer de la part du législateur la transposition normative de nouveaux critères de sécurité.

A titre d'exemple, le développement du système 3D-Secure par le groupe VISA, son adoption par MASTERCARD, et son implémentation progressive par les structures bancaires courant 2008 (qui tend à rendre cette norme de sécurité des transactions effectuées par cartes bancaires quasi-obligatoire) pourrait ainsi faire l'objet d'une transposition normative.

Le risque pour les activités du groupe est principalement lié aux nécessités d'une réaction rapide et d'une adaptation technique face aux évolutions des contraintes législatives, ce qui représente des coûts d'investissements.

**Réglementation applicable au statut et au contrôle des établissements de crédits**

L'Arrêté du 11 septembre 2008 modifiant diverses dispositions réglementaires relatives au contrôle prudentiel des établissements de crédit et des entreprises d'investissement, a ouvert la voie à un renforcement progressif du contrôle des établissements de crédits, principalement lié à la crise des institutions financières.

La réglementation applicable à l'activité du groupe en matière de monnaie électronique est donc amenée à connaître de fortes évolutions qui nécessitent une adaptation contextuelle permanente et un suivi de la part du groupe.

**6.1.6. Défaillance des sociétés Adtech et Edatis**

Ayant décidé de sous traiter une grande partie de ses besoins technologiques à AdTech et Edatis pour les activités de régie et de marketing direct, Hi-media est désormais dépendante de la continuité du service de ces deux sociétés.

AdTech est une société allemande fondée en 1998 et basée près de Francfort (www.adtech.de) dont l'activité est la commercialisation de ses solutions technologiques (notamment le serveur de publicité Helios). AdTech a été rachetée par AOL. Edatis est une société basée à Paris et

November 2007, "concerning payment services on the internal market[.]" tends to imply a normative transposition by legislators of new security criteria.

As an example, the development of the 3D-Secure system by VISA group, its adoption by MASTERCARD and its gradual implementation by the banking structures in 2008 (which tends to make this security standard concerning transactions carried out by using bank cards quasi mandatory) could thus be the object of normative transposition.

The risk affecting the group's activities is connected mainly with the needs for quick reaction and technical adaptation in the face of changes in legislative constraints, a fact that entails some investment costs.

**Rules and regulations applicable to the status and to supervision of credit institutions**

The Order of 11 September 2008 modifying various regulatory provisions concerning prudential supervision of credit institutions and of investment companies opened the way to gradual strengthening of supervision of credit institutions, connected mainly with the crisis experienced by financial institutions.

Hence the rules and regulations applicable to the group's electronic currency activity is destined to experience some sharp changes, which require continuous contextual adaptation and follow-up by the group.

**6.1.8. Default by the adtech and edatis companies**

Having decided to subcontract with AdTech and Edatis for a large part of its technological needs in connection with the advertising network and direct marketing activities, Hi-media is now dependent on the continuity of those two firms' service.

AdTech is a German company established in 1998 and based in Frankfurt (www.adtech.de), which is involved in the business of marketing its technological solutions (particularly the Helios advertising server). AdTech has been acquired by AOL. Edatis is a Paris-based company specialising in the on-line relational marketing

spécialisée dans le secteur du marketing relationnel on-line ([www.edatis.fr](http://www.edatis.fr)).

A la connaissance de la société, il n'existe aucun conflit d'intérêt potentiel qui conduirait AdTech ou Edatis à arrêter leur collaboration avec Hi-media.

Hi-media demeure exposé à la cessation d'activité de ces sociétés ou de la réorientation de leur activité vers d'autres métiers. Ces sociétés ont toutefois des concurrents qui pourraient procurer à Hi-media des solutions de substitution. Un changement de fournisseur impliquerait une solution de continuité temporaire dans le mode de gestion technique de l'activité de régie et de marketing direct.

Par ailleurs, Hi-media poursuit le développement de son propre serveur de publicité afin d'assurer dans le futur une plus grande partie de la diffusion d'objets publicitaires sur Internet grâce à sa propre technologie.

Hi-media a ainsi développé en 2006 sa propre solution de gestion et d'administration des ventes et des inventaires d'espace publicitaire (Mediareporting), en remplacement de l'outil précédemment utilisé qui était développé par la société Fivia.

## 6.2 RISQUES TRANSVERSAUX

### 6.2.1. Risques liés aux systèmes

Cinq risques doivent être pris en considération :

- panne majeure de tous les serveurs de AdTech, de Edatis, des serveurs utilisés pour les fonctions de micropaiement, des serveurs utilisés par les sites du pôle publishing (fotolog, jeuxvideo, ...) ou défaut des hébergeurs desdits serveurs. Celle-ci peut résulter, par exemple, d'une surtension du réseau électrique ou d'une très longue coupure de courant. En cas de surtension, les matériels peuvent être détruits ;
- défaillance des fournisseurs de bande passante et des opérateurs télécom. Hi-media a multiplié ces fournisseurs afin de limiter ce genre de risque mais ne peut pas garantir l'intégralité des effets de bord en cas de panne d'un ou de plusieurs de ces

sector ([www.edatis.fr](http://www.edatis.fr)).

To the company's best knowledge, there is no potential conflict of interest that would cause AdTech or Edatis to halt collaboration with Hi-media.

But Hi-media remains exposed to a cessation of activity on those companies' part or to a reorientation of their business toward other trades. Still, those companies have competitors or could provide Hi-media with substitute solutions. A change of supplier would imply a temporary continuity solution with respect to technical management of the advertising network and direct marketing activity.

Moreover Hi-media is continuing development of its own advertising server so as to provide, in the future, a greater part of the distribution of advertising objects via the Internet thanks to its own technology.

Thus in 2006 Hi-media developed its own solution for management and administration of sales and of advertising space inventories, replacing the tool previously used, which had been developed by Fivia company.

## 6.2 Crosscutting risks

### 6.2.1. Risks connected with the systems

Fives risks must be taken into account:

- a major breakdown of all AdTech and Edatis servers, which are used for the micropayment functions, of the servers used by the publishing sector sites (fotolog, jeuxvideo, ...), or a default by the hosts of those servers. Such a breakdown could result, for instance, from overvoltage in the electricity network or from a very long power outage. In case of excess voltage, the equipment could be destroyed;
- a default by the pass-band suppliers and the telecommunications operators. Hi-media has multiplied a number of suppliers so as to limit this kind of risk, but cannot guarantee coverage of all of the effects in case of a breakdown affecting one or several of those

<p>fournisseurs ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• attaque du site de production de AdTech, de Edatis, des serveurs de micropaiement utilisés pour les fonctions de micropaiement, des serveurs utilisés pour l'hébergement des sites du pôle publishing, par des pirates ("hackers"). Ces sociétés ont mis en place des systèmes de sécurité élevés mais ne peuvent garantir l'élimination de ce risque systémique ;</li> <li>• dégradation du matériel chez un des hébergeurs de Edatis, des sites Internet du Groupe (notamment fotolog et jeuxvideo) ou directement chez AdTech ou Hi-media ;</li> <li>• délai d'approvisionnement de matériel (disques, serveurs...) et d'accroissement de bande passante pour les sites du pôle publishing (notamment Jeuxvideo, Blogorama et Fotolog) dans le cas d'une augmentation d'audience incontrôlée (disques de stockages photos, videos saturées, bande passante saturée, serveurs saturés).</li> </ul> <p>Ces risques sont particulièrement forts dans le domaine des micropaiements et en ce qui concerne le porte-monnaie Hipay. Hi-media, pour diminuer ces risques dispose de centres d'hébergements redondés. Ces deux centres sont interconnectés par une fibre redondée de 1 Gbit/s. Ces deux Datacenters permettent d'assurer une continuité de service en cas de dysfonctionnement du site principal.</p> <p><u>6.2.2. Dépendance vis-à-vis des collaborateurs clés</u></p> <p>Le succès de la Société dépend de manière significative de la pérennité de ses relations avec ses collaborateurs-clés en charge du domaine technique, du marketing et des ventes en France et à l'international.</p> <p>Pour assurer sa croissance et établir son leadership en Europe, la Société doit être capable d'attirer, de former, de retenir et de motiver de nouveaux collaborateurs hautement qualifiés et intervenant notamment dans le secteur particulier de la publicité sur Internet.</p> <p>Afin de maintenir la pérennité de ses ressources humaines, Hi-Media a mis en place des plans d'attribution d'actions gratuites en 2005 et en</p>	<p>suppliers;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• an attack on the AdTech or Edatis production site, on the micropayment servers used for the micropayment functions, on the servers used for hosting sites in the publishing sector, or by hackers. Those companies have set up high-level security systems, but cannot guarantee elimination of this systematic risk;</li> <li>• deterioration of hardware at one of the Edatis hosts, of the Group's Internet sites (particularly fotolog and jeuxvideo) or directly at AdTech or Hi-media;</li> <li>• delay in equipment supplies (disks, servers,...) and a pass-band increase for the publishing sector sites (particularly Jeuxvideo, Blogorama and Fotolog) in case of an uncontrolled audience increase (storage disks for photos, saturated videos, saturated pass-band, saturated servers).</li> </ul> <p>Such risks are particularly high when it comes to micropayments and the e-wallet Hipay. To reduce such risks, Hi-media has some redundancy hosting centres. These two centres are interconnected by a 1 Gbit/s fiber. These two Datacenters assure us of service continuity in case of a dysfunction of the principal site.</p> <p><u>6.2.2 Dependence on key collaborators</u></p> <p>The Company's success depends to a significant extent on the continuation of its relationships with its key collaborators responsible for the technical, marketing and sales domains in France and internationally.</p> <p>To guarantee its growth and establish its leadership in Europe, the Company must be able to attract, train, keep and motivate new highly qualified employees involved, in particular, in the special sector of Internet advertising.</p> <p>To maintain the permanence of its human resources, Hi-media established plans for allocation of free shares in 2005 and 2008. The</p>
--	---

<p>2008. Les attributions les plus significatives sont assorties de conditions de performance et visent à retenir ses collaborateurs clés. Un accord de participation dérogatoire est également à l'étude.</p>	<p>most significant awards are paired with performance conditions and aim to keep the key collaborators. A derogatory participation agreement is on study.</p>
<p><u>6.2.3. Risques sociaux et environnementaux</u></p>	<p><u>6.2.3 Risks relating to the workforce and to the environment</u></p>
<p>La durée légale de 35 heures est applicable dans la Société depuis le 1er janvier 2002. Au cours de l'exercice 2002, un accord d'entreprise a été conclu avec les salariés. Cet accord a pris effet de façon rétroactive au 1er janvier 2002.</p>	<p>The legal 35-hour workweek has been applicable in the Company since 1 January 2002. A company agreement was concluded with the employees during financial year 2002. That agreement became effective retroactive to 1 January 2002.</p>
<p>La Société a mis en place une assurance complémentaire santé au début de l'année 2010 au bénéfice des salariés des entités parisiennes du Groupe.</p>	<p>The Company set up an health complementary insurance at the beginning of the year 2010 for the benefit of the Parisian entities employees.</p>
<p>Les réunions avec le Comité d'entreprise constituent un lieu d'échange avec les salariés et mettent en évidence le bon climat social qui règne au sein de la Société.</p>	<p>The meetings with the Work's council constitute a place of exchange with the employees and highlight the good social climate which reigns within the Company.</p>
<p>Compte tenu de son activité, la Société ne crée pas de risque environnemental.</p>	<p>In the light of its business, the Company does not create any environmental risks.</p>
<p>6.2.4 Risques juridiques</p>	<p>6.2.4 Legal risks</p>
<p>A l'exception des informations figurant en note 20 de l'annexe aux comptes sociaux et en note 26.5 de l'annexe aux comptes consolidés, il est précisé qu'il n'existe pas d'autre procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage qui est en suspens ou dont elle est menacée, susceptible d'avoir ou ayant eu au cours des 12 derniers mois des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la Société et/ou du Groupe.</p>	<p>With the exception of the information appearing in note 20 of the appendix to the corporate financial statements and in note 26.5 of the appendix to the consolidated financial statements, it is specified that there are no other governmental, legal or arbitration proceedings, which are pending or threatening it that could have or have had significant effects during the last 12 months on the financial situation or the profitability of the Company and/or of the Group.</p>
<p>Les litiges exposés sont tous des litiges commerciaux liés à l'exploitation de la Société, ou des litiges prud'homaux liés à des licenciements. Ces litiges font l'objet de points réguliers avec les Conseils de la société pour leur évaluation et leur gestion.</p>	<p>The disputes mentioned are all commercial disputes connected with the Company's operation, or disputes in the industrial tribunals connected with dismissals. These disputes are the subject of regular points with the lawyers of the Company for their evaluation and their management.</p>
<p>6.2.5 Risque d'intégration des sociétés acquises</p>	<p>6.2.5 Integration risk on acquired companies</p>
<p>L'acquisition de sociétés peut engendrer un fort</p>	<p>The acquisition of companies can induce a high</p>

<p>turnover et une perte de clients. Les audits diligentés avant les acquisitions permettent d'identifier en amont les difficultés qui seront rencontrées lors de l'entrée des nouvelles sociétés dans le périmètre.</p> <p>6.2.6 Risque lié à l'information financière Afin de s'assurer que l'information financière ne soit pas erronée et ne fausse ainsi pas la vision de dirigeants et celle des tiers, le Groupe a mis en place les outils suivants : outils de suivi de l'activité, reporting des filiales auprès de la direction financière, contrôles effectués par la direction financière et audit externe.</p> <p>6.3 RISQUES FINANCIERS</p> <p><u>6.3.1. Risque de crédit</u> La société facture, pour l'activité de régie publicitaire, ses prestations aux annonceurs, et pour l'activité de micropaiement, les opérateurs de paiements ou les opérateurs de télécommunication. Du fait de l'augmentation du volume d'affaire, l'encours auprès de ces clients a fortement progressé et doit faire l'objet d'une attention particulière de la part de la direction financière. Aucun client ne représente plus de 10% des créances.</p> <p>Le risque de crédit représente le risque de perte financière pour le Groupe dans le cas où un client ou une contrepartie à un instrument financier viendrait à manquer à ses obligations contractuelles. Ce risque provient essentiellement des créances clients et des titres de placement.</p> <p>L'exposition du Groupe au risque de crédit est influencée principalement par les caractéristiques individuelles des clients. Le profil statistique de la clientèle, incluant notamment le risque de défaillance par secteur d'activité et pays dans lequel les clients exercent leur activité est sans réelle influence sur le risque de crédit. Il n'y a pas de concentration du risque de crédit, tant au niveau des clients, qu'au niveau géographique.</p> <p>Le Groupe a défini une politique de crédit au terme de laquelle la solvabilité de chaque nouveau client fait l'objet d'une analyse individuelle avant qu'il ne puisse bénéficier des conditions de paiement et de livraison</p>	<p>staff turnover and loss of clients. The acquisition audits allow identifying the difficulties that will be met at the time of the entrance in perimeter of the new companies.</p> <p>6.2.6 Financial information risk In order to be sure that the financial information won't be wrong and give rise to false impression among company executives and third parties, the Group put the following tools in place: business monitoring tools, subsidiary reporting tools to the financial direction, monitoring of the financial department, external audit.</p> <p>6.3 Financial risks</p> <p><u>6.3.1 Credit risk</u> For its advertising network activity, the company invoices the representatives of the advertisers (media agencies) for a large part of its services, and for the micropayment business the payment operators or the telecommunications operators. Because of the increased volume of business, the outstanding balances owed by such customers have increased sharply, and must be monitored by the financial department with special attention. No client represent more than 10% of the receivables.</p> <p>The credit risk represents the risk of financial loss for the Group in case a customer or a counterpart to a financial instrument fails to meet its contractual obligations. That risk results mainly from accounts receivable and from short-term investment securities.</p> <p>The Group exposure to the insolvency risk is influenced mainly by the customer's individual characteristics. The statistical profile of the clientele, particularly including the risk of default by activity sector and by country in which the customers carry on their business, has no real influence on the insolvency risk. There is no concentration of that risk whether at the level of customers or geographically speaking.</p> <p>The Group has established a credit policy under which the solvency of each new customer is analysed individually before that customer can benefit from the payment and delivery conditions applied by the Group. To that end,</p>
--	--

pratiquées par le Groupe. Pour ce faire, le Groupe a recours à des notations externes, lorsqu'elles sont disponibles. Les clients qui ne satisfont pas aux exigences du Groupe en matière de solvabilité ne peuvent conclure des transactions avec le Groupe que dans le cas où ils règlent d'avance leurs commandes.

Par ailleurs, le Groupe a étoffé sa cellule recouvrement afin de maximiser son efficacité.

A chaque clôture, le Groupe détermine un niveau de dépréciation qui représente son estimation des pertes encourues relatives aux créances clients et autres débiteurs ainsi qu'aux placements. Cette dépréciation est déterminée par une analyse des risques significatifs individualisés.

Afin de limiter le risque de crédit, la société Hi-media SA a souscrit un contrat d'assurance-crédit. Ce contrat d'assurance-crédit souscrit repose sur trois services : la prévention, le recouvrement, l'indemnisation.

*La prévention* : l'assureur-crédit exerce une surveillance permanente et informe la société en cas de dégradation de la solvabilité de ses clients.

*Le recouvrement* : en cas d'impayé, la société transmet le dossier contentieux constitué de l'ensemble des pièces justifiant la créance à la compagnie d'assurance qui intervient auprès du débiteur défaillant et se charge du recouvrement par voie amiable et judiciaire.

*L'indemnisation* : la société sera indemnisée en cas d'insolvabilité constatée ou procédure judiciaire du débiteur. Dans les autres cas, si le recouvrement n'a pu avoir lieu dans le délai de carence défini au contrat, la compagnie d'assurance procédera également à l'indemnisation de la créance. La compagnie d'assurance supporte 75% du montant toutes taxes comprises, soit 90% du montant hors taxes. Le délai d'indemnisation se situe entre 1 et 5 mois environ. Pour bénéficier de cette couverture, les filiales doivent obtenir au préalable auprès de l'assureur son accord de couverture client par client.

Par ailleurs, les sociétés Allopass SNC, Mobile Trend SAS et Mobile Works SAS ont souscrit des contrats d'affacturage pour lesquels les principaux risques et avantages ont été

the Group calls on external ratings, when they are available. Customers that do not satisfy the Group's demands with respect to solvency may not conclude any transactions with the Group unless they pay for their orders in advance.

In addition, the Group increased its collecting service in order to maximize its effectiveness.

At the time of each closeout, the Group determines a depreciation level representing its estimate of the losses incurred in connection with accountings receivable and other debtors, as well as with respect to the investments. That depreciation is determined by an analysis of the individualised significant risks.

To limit the credit risk, Hi-media SA company has taken out a credit insurance contract. That contract is based on three services: prevention, collection and indemnification.

*Prevention*: the credit insurer monitors the situation continuously and informs the company of any deterioration of its customers' solvency.

*Collection*: in case of bad debts, the company forwards the legal proceedings files containing all documents proving the claim to the insurance company, which intervenes with the defaulting debtor and handles of all documents collection, by friendly settlement or by way of legal proceedings.

*Indemnification*: the company will be indemnified in case of established insolvency or of the judicial proceedings affecting the debtor. In the other cases, if collection has been impossible within the payment period defined in the contract, the insurance company will also indemnify the claim. The insurance company bears 75% of the amount including all taxes, making 90% excluding taxes. The indemnification period is approximately 1 to 5 months. To benefit from such coverage, the subsidiaries must first obtain the insurer's approval of coverage customer by customer.

In addition, the companies Allopass SNC, Mobile Trend SAS and Mobile Works SAS have taken out factoring contracts for which the main risks and advantages have been transferred to the

<p>transférés à la société d'affacturage.</p> <p><u>6.3.2. Risque de liquidité</u> Le risque de liquidité correspond au risque que le Groupe éprouve des difficultés à honorer ses dettes lorsque celles-ci arriveront à échéance. L'approche du Groupe pour gérer le risque de liquidité est de s'assurer qu'il disposera toujours de liquidités suffisantes pour honorer ses passifs, lorsqu'ils arriveront à échéance, dans des conditions normales ou « tendues », sans encourir de pertes inacceptables ou porter atteinte à la réputation du Groupe.</p> <p>Le Groupe a mis en place une gestion des besoins en flux de trésorerie visant à optimiser son retour de trésorerie sur investissements. Ceci exclut l'impact potentiel de circonstances exceptionnelles, comme les catastrophes naturelles, que l'on ne saurait raisonnablement prévoir.</p> <p>De plus, le Groupe a souscrit pour certaines de ses filiales un contrat d'affacturage qui lui permet d'obtenir un financement à court terme et d'être plus flexible dans la gestion quotidienne de ses liquidités.</p> <p><u>6.3.3 Risque de change</u> Le risque de change correspond au risque que des variations du cours de change affectent le résultat du Groupe ou la valeur des instruments financiers détenus. La gestion du risque de change a pour objectif de gérer et contrôler les expositions au risque de marché dans des limites acceptables, tout en optimisant le couple rentabilité / risque.</p> <p>Le Groupe est exposé à un risque de change :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- sur l'activité de ses filiales basées aux Etats-Unis (Groupe Hi-media USA Inc.) en Suède (Hi-media Sales et Hi-media Network) et en Angleterre (Hi-media Ltd), consolidées par intégration globale ainsi que, dans une moindre mesure,</li> <li>- sur l'activité de ses filiales consolidées par mise en équivalence en Chine (Hi-media Chine) et au Brésil (Hi-media Brazil),</li> <li>- sur les revenus perçus pour l'activité de micropaiements hors zone euro</li> </ul>	<p>factoring company.</p> <p><u>6.3.2. Liquidity risk</u> The liquidity risk corresponds to the risk that the Group might experience difficulties in honouring its liabilities when they mature. The Group's approach to managing the liquidity risk is to make sure, insofar as possible, that it always has sufficient cash on hand for paying its liabilities when they mature, whether under normal or "tense" conditions, without incurring any unacceptable losses or impairing the Group's reputation.</p> <p>The Group has installed a process for managing cash flow needs aimed at optimising its cash flow return on investments. This excludes the potential impact of exceptional circumstances, such as natural disasters, which cannot reasonably be foreseen.</p> <p>Moreover, for certain subsidiaries, the Group has concluded a factoring contract enabling it to obtain short-term financing and to be more flexible in daily management of its cash.</p> <p><u>6.3.3. Exchange rate risk</u> The exchange risk is the risk that changes in exchange rates will affect the Group's earnings or the value of the financial instruments that it holds. Management of the exchange rate is aimed at management and control of exposure to the market risk to keep it within acceptable limits, while optimising the profitability / risk tandem.</p> <p>The Group is exposed to an exchange risk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- in connection with the activity of its subsidiaries based in the United States (Groupe HI-media USA Inc.) and in Sweden (Hi-media Sales and Hi-media Network) and in UK (Hi-media Ltd), which are fully consolidated, as well as, to a smaller extent,</li> <li>- in connection with the business of its subsidiaries consolidated on the basis of the equity method in China (Hi-media Chine) and Brazil (Hi-media Brazil),</li> <li>- on the incomes received through</li> </ul>
---	--



<p>(essentiellement Amérique latine et Etats-Unis).</p> <p>Pour le Groupe Hi-media USA Inc., les filiales suédoises, Hi-media Ltd ainsi que pour Hi-media China et Hi-midia Brazil, 100% des achats et des ventes, les dépenses d'investissements, les actifs et passifs de ces filiales ainsi que les écarts d'acquisition afférents sont libellés respectivement en dollars, couronnes suédoises, livres sterling, Yuan et Real.</p> <p>En ce qui concerne l'activité Micropaiement, la devise de reversement aux sites partenaires peut différer de celle des revenus perçus.</p> <p>Les investissements du Groupe dans ses filiales dont la monnaie fonctionnelle n'est pas l'euro ne sont pas couverts dans la mesure où le Groupe considère que ces positions de change sont à long-terme par nature.</p> <p><u>6.3.4. Risque de taux d'intérêt</u> Suite à la souscription d'un emprunt syndiqué significatif à taux variable en 2007, le Groupe a adopté une politique qui consiste à s'assurer qu'au moins 50% de l'exposition aux variations des taux d'intérêt des emprunts porte sur des taux fixes. A cette fin, des swaps de taux d'intérêt receveur variable / payeur fixe ont été contractés début 2008.</p> <p><u>6.3.5. Dépendance</u> Compte tenu du poids de chaque acteur dans le chiffre d'affaires du Groupe, il n'existe pas de risque de dépendance vis-à-vis d'un support, d'un annonceur en direct ou d'une agence. De même, le risque lié à la défaillance des sous-traitants technologiques est limité dans la mesure où ces sociétés ont des concurrents qui pourraient procurer à Hi-media des solutions de substitution.</p> <p><u>6.3.6. Risque de fraude</u> Le risque de fraude correspond au risque de détournement de fonds par intrusion dans les systèmes.</p> <p>Afin de limiter ce risque, le Groupe veille à ce</p>	<p>micropayments activity from outside the euro zone (mainly Latin America and United States),</p> <p>For Groupe hi-media USA Inc, the Swedish subsidiaries, Hi-media Ltd and Hi-media China and Hi-midia Brazil, all of the purchases and sales, investment expenditures, and assets and liabilities of those subsidiaries as well as the related goodwill are denominated, respectively, in Dollars, Swedish Crowns, Pounds Sterling, Yuan and Real.</p> <p>Concerning micropayment activity, the currency of transfer to the websites can differ from the one of the received incomes.</p> <p>The Group investments in its subsidiaries that do not use the euro as their operating currency are not covered in that the Group feels that such exchange positions are long term by their very nature.</p> <p><u>6.3.4. Interest rate risk</u> Following acquisition of a significant syndicated borrowing in 2007, the Group adopted a policy consisting in making sure that at least 50% of the exposure to interest rate variations on borrowings bears on fixed rates.</p> <p>To that end, some interest rate swaps were taken out at the start of 2008.</p> <p><u>6.3.5. Dependency</u> In view of each player's weight in Hi-media Group's sales, there is no risk of its becoming dependent on a medium, a direct advertiser or an agency. Similarly, the risk connected with default of technological subcontractors is limited insofar as those companies have competitors who could provide Hi-media with substitute solutions.</p> <p><u>6.3.6 Fraud risk</u> The fraud risk corresponds to the risk of embezzlement via intrusion into systems.</p> <p>In order to limit that risk, the Group takes care</p>
---	--

<p>que le principe de séparation des tâches soit appliqué le plus largement et sécurise et contrôle l'accès aux logiciels.</p> <p><u>6.3.7 Risques d'assurance</u></p> <p>Les sociétés du Groupe ont souscrit tous les contrats d'assurance nécessaires à leur activité et les montants garantis sont conformes aux pratiques en vigueur dans leur domaine d'activité.</p> <p>Les sociétés étrangères du Groupe gèrent de façon indépendante leurs polices d'assurance en fonction des réglementations locales tout en informant la société mère des polices souscrites. La Société et ses filiales françaises ont souscrit les polices d'assurance suivantes :</p>	<p>of the principle of tasks separation and controls the software's accesses.</p> <p><u>6.3.7 Insurance risk</u></p> <p>The Group companies have all taken out the insurance companies required for its activity and the amounts of coverage are in line with practices observed in its line of business.</p> <p>The Group's foreign companies manage their insurance policies independently in the light of the local rules and regulations, while keeping the parent company informed about the policies taken out.</p> <p>The Company and its French subsidiaries have taken out the following insurance policies:</p>

<i>Police</i>	<i>Objet de la garantie</i>	<i>Montant des garanties</i>	<i>Période d'assurance</i>
<p><b>Responsabilité civile des dirigeants</b> (1)</p>	<p>la garantie couvre la responsabilité que les Assurés peuvent encourir individuellement ou solidairement à l'égard de tiers en cas de Faute professionnelle commise dans l'exercice de leurs fonctions quelle que soit la juridiction concernée : civile, pénale ou administrative.</p>	<p>Euros : 15.000.000 par année d'assurance</p>	<p>31/07/2009 au 30/07/2010 inclus</p>
<p><b>Assurance Homme Clé</b> (2)</p>	<p>Garantie Décès / Invalidité absolue et définitive - Assuré : M. Cyril Zimmermann - Bénéficiaire : Hi-media</p>	<p>Euros : 5.000.000</p>	<p>24/07/2009 au 23/07/2010 inclus</p>
<p><b>Responsabilité civile Entreprise</b> (3)</p>	<p>Le contrat garantit l'assuré contre les conséquences pécuniaires de la responsabilité qu'il peut encourir dans l'exercice de ses Activités telles que déclarées soit :</p> <p>- Régie publicitaire et marketing direct sur Internet, gestion de réseau internet. - Conception, maintenance de site et d'hébergeur avec service de messagerie, information en ligne. - Télépaiement, micro paiements.</p>	<p><b>Tous dommages corporels, matériels et immatériels consécutifs confondus</b> Euros 8.000.000 par année d'assurance (Dont : Dommages corporels Euros 8.000.000, Dommages matériels et immatériels consécutifs confondus Euros 3.000.000)</p>	<p>01/01/2010 au 31/12/2010 inclus</p>

	<p>- Identification de disques diffusés sur radio, service téléphonique.</p> <p>- Sonnerie SMS, dédicace, hébergement services vocaux, pages radio.</p> <p>- Edition de site internet pour le compte du groupe</p>	<p><b>Dommages immatériels non consécutifs</b> Euros 3.000.000 par année d'assurance</p> <p><b>Faute inexcusable</b> Euros 1.000.000 par année d'assurance</p>	
<p><b>Multirisques Entreprises (Incendie et risques annexes)</b> (4)</p>	<p>Couverture de l'ensemble des sites français des sociétés du groupe Hi-media :</p> <p>- 15/17 rue Vivienne 75002 PARIS - 14 Av du Garric 15000 AURILLAC - 11 rue Arthur III 44000 NANTES</p>	<p><b>DOMMAGES AUX BIENS :</b></p> <p><b>Bâtiments et/ou risques locatifs :</b> A concurrence des risques locatifs neufs</p> <p><b>Matériels, mobiliers, agencements, installations :</b> Euros 500.000</p> <p><b>Frais et pertes (relogement, démolition, décontamination, etc) :</b> Euros 1.000.000</p> <p><b>Recours des voisins, tiers, occupants, perte de loyer, trouble de jouissance :</b> Euros 2.000.000</p> <p><b>Garantie archives</b> Euros 100.000</p> <p><b>PERTES D'EXPLOITATION :</b></p> <p><b>Frais supplémentaires d'exploitation</b> Euros 3.000.000</p> <p><b>Assurance vol</b> Euros 100.000</p>	<p>01/01/2010 au 30/12/2010 inclus</p>

		<b>Dommages électriques</b> Euros 100.000  <b>Bris de machines</b> Euros 100.000	
<b>Tous Risques informatiques DATAGUARD</b> (4)	Couverture des risques matériels et immatériels informatiques (données, sécurité), bureautiques, télécoms au sein des différents locaux et chez les prestataires suivants :  - C/O GLOBAL SWITCH - C/O GLOBAL EQUINIX	<b>LCI toutes garanties confondues par évènement et par année d'assurance</b> Euros 4.265.820  <u><b>Dont :</b></u>  <b>Frais de reconstitution des Données</b> Euros 3.000.000 par année d'assurance  <b>Matériels fixes et installations d'infrastructures</b> Euros 925.090 par année d'assurance  <b>Matériels portables</b> Euros 48.730 par année d'assurance  <b>Virus informatique</b> Euros 300.000 par année d'assurance	01/01/2010 au 31/12/2010 inclus

(1) le contrat d'assurance est souscrit par HI-MEDIA tant pour son compte que celui de ses filiales.

(2) le bénéfice du contrat d'assurance a été délégué en garantie d'un prêt bancaire jusqu'au remboursement du prêt

(3) le contrat est souscrit par HI-MEDIA tant pour son compte que celui de ses filiales françaises.

(4) le contrat d'assurance est souscrit par HI-MEDIA tant pour son compte que celui de ses filiales françaises.

Les coûts estimés des risques et litiges sont provisionnés à 100% dès lors qu'il existe une probabilité de réalisation de ces coûts. Il n'existe pas de risques significatifs non assurés ou assurés en interne.  Fait à Paris, le 10 mars 2010  LE PRESIDENT	The estimated costs of the risks and disputes are 100% covered by provisions when there is a likelihood that the said costs will become a reality. There are no significant risks that are uninsured or are insured in-house.  Signed in Paris on 10 March 2010  THE PRESIDENT
--	---

